

студенты сами учатся писать фельетон. Стоит отметить, что среди них есть немало успешно пишущих, хотя на первый взгляд кажется, что это сложный жанр.

По мнению Х.Курбатова, приемы языка и мышления, создающие стиль сатиры и юмора, в большинстве случаев одинаковы. Однако он указывает на принципиальное различие между юмором и сатирой с точки зрения цели их использования и влияния. «Сатира – оскорбление кого-либо и убийственный злой смех над отрицательными моментами жизни; юмор – дружеское подшучивание, смех над недостатками, слабостями человека, приносящий, в первую очередь, неудобства не обществу, а самому человеку, очень часто ставящий его в неловкое положение» [5, с. 28]. Это злой смех автора отражается и в образе, и в языке фельетона. Образы, а их достаточно в фельетонах Флорида Агзамов, в сатирическом плане очень сильные. Автор находит новые имена своим героям: «Чин Чиныч», «Түрә Түрэвич» чего только стоят! По этому поводу профессор Ильдар Низамов пишет: «В этих произведениях есть что изучить не только студентам и молодым журналистам, но и опытным мастерам пера»

Литература

1. Курбатов Х.Р. Хәзерге татар әдәби теленең стилистик системасы / Х.Р.Курбатов. Казан: Таткнигоиздат, 1978. Б. 28-29.
2. Низамов И.М. Бикмәтленең сүзе хикмәтле // Флорид Әгзамов: осталар оҗасты / төзүче В.З. Гарифуллин. Казан: Казан ун-ты, 2011. Б. 44-46.
3. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пос. 2-е изд., испр., и доп. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 268-269.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОРОДСКОЙ ГАЗЕТЫ С АУДИТОРИЕЙ: ГУМАНИСТИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ ИЛИ СРЕДСТВО ВЫЖИВАНИЯ?

Т.В. Гончарова,
студент

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: tanja-cat@list.ru

Научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент **Ю.Б.Костякова**

Аннотация. В статье рассматривается взаимодействие городской газеты с аудиторией в аспекте реализации аксиологической функции прессы. Проанализировано целевое назначение, содержание, принципы выбора героев для портретной рубрики в газете «Власть труда». Сделан вывод о гуманистической и коммерческой составляющей данной рубрики.

Ключевые слова: местная газета, взаимодействие с аудиторией, портретная рубрика, гуманистические традиции.

Summary. The article deals with the interaction between the city newspaper and the audience in the aspect of implementation of axiological function of the press. Purpose, content and principles of choice of the heroes for portrait column in the newspaper «The power of labor» were analyzed by article's author. It is concluded that the humanistic and commercial component of this column is very important.

Keywords: the local newspaper, the interaction with the audience, portrait rubric, humanistic traditions.

В небольшом городе местная газета находится в центре каждодневных интересов читателей, что делает ее значимой частью жизни горожан. Исследователи современного состояния периодической печати в своих трудах нередко выделяют тот факт, что «местные газеты функционируют как средства коммуникации внутри района», в качестве «своеобразного «клуба общения» его жителей, объединенных общими проблемами и интересами, а также центра общественного диалога населения с властью» [1, с. 97]. Поэтому тесное взаимодействие городской газеты и ее аудитории является неотъемлемой частью работы средства массовой информации. Под аудиторией мы, вслед за Е.П. Прохоровым, понимаем «совокупность тех, к кому обращаются СМИ, и кто воспринимает обращенную к нему информацию» [2, с. 310]. Аудитория, откликаясь на материалы и деятельность СМИ, устанавливает, таким образом, обратную связь, то есть естественную или специально организованную реакцию читателей, слушателей, зрителей на журналистские выступления [3, с. 63].

С одной стороны, миссия местной прессы, заключается не только в том, чтобы передать уникальность города (поселка, районного центра), но и показать его жителей через освещение всевозможных ритуалов, церемоний, культурных форм, где люди выражают себя [1, с. 27]. Таким образом, в условиях провинции в прессе воплощаются гуманистические традиции – интерес к человеку, его личности, его месту в обществе.

С другой стороны, близость к аудитории является средством «выживания» для местного издания, поскольку «и редакционный коллектив, и горожане обладают едиными, исторически сложившимися культурными ценностями, одними традициями, привычками, стереотипами, мировоззренческими представлениями, интересами и потребностями» [1, с. 112]. А территориальная компактность провинциального города позволяет тесно взаимодействовать журналистам и читателям не только на медийном, но и на межличностном уровне. В результате, гуманистическая направленность взаимоотношений СМИ и аудитории становится наиболее заметной.

Для поддержания этого взаимодействия редакция использует различные приемы: при выборе тематики старается ориентироваться на все группы целевой аудитории, акцентирует внимание на местных событиях, выдерживает нейтральную позицию, использует доступный для понимания большинства своих читателей язык. Реализуя эти задачи, журналисты также должны учитывать и особенности своей аудитории.

Г.С.Мельник и А.Н.Тепляшина обращают внимание на то, что «аудитория населения малых и средних городов – это преимущественно люди, занятые общественно-полезным трудом в качестве наемных работников» [1, с. 55]. Это, как мы считаем, накладывает определенный отпечаток не только на их образ жизни, но и на восприятие информации, транслируемой газетой. Чем меньше город, тем неторопливее жизнь горожан, которых интересуют не проблемы мирового масштаба, а события и явления бытового характера, все то, что может повлиять на их существование. Поэтому среди основных функций городских газет основополагающей является «создание аксиологических установок аудитории, т.е. формирование у нее определенных ценностей» [4, с. 267].

Действительно, аудитория нуждается и в примерах, жизненных ориентирах, равняясь на которые, она может выстраивать отношения с близкими, формировать картину мира, модели поведения и т.д. Для удовлетворения таких потребностей своих читателей газеты нередко создают специальные рубрики, в которых знакомят с интересными личностями, специалистами в различных областях, людьми, достигшими карьерных высот или теми, кто вводит новшества в трудовую деятельность и повседневную жизнь.

Рассмотрим данное утверждение на примере рубрики «Встреча по четвергам» в газете «Власть Труда» (г.Минусинск Красноярского края). Рубрика была создана в 2005 году. Инициатором ее появления стал коллектив редакции, откликнувшийся таким образом на письма читателей с просьбами почаще рассказывать об известных и рядовых минусинцах, их судьбах, профессиональной деятельности, увлечениях [5]. Можно сказать, что за 10 лет своего существования рубрика выработала собственные традиции оформления: под «шапкой» с названием рубрики располагается крупная, бросающая цитата, выполняющая функцию заголовка, и фотография героя. Текст представляется в многоколонной верстке шириной в четыре слова с одной врезкой – самой яркой цитатой из интервью героя.

С января по октябрь 2015 г. рубрика в газете «Власть труда» появилась 41 раз. Анализ содержания показал, что ее героями за этот период стало 44 человека, в том числе, семь педагогов, четыре деятеля искусства и культуры, три медицинских работника, три представителя местной власти и др. Чаще всего гостями рубрики становились «люди труда», творческие личности и ветераны. Последний факт можно объяснить тем, что в 2015 году отмечалось 70-летие Победы в Великой Отечественной войне. Наиболее ярким героем в этой категории стал Геннадий Иванович Аникин, рассказавший о реалиях военного времени и особенностях труда стахановцев [6].

В рубрике «Встреча по четвергам» рассказывали о секретах своего успеха известные городские бизнесмены, но также и те, кто только что открыл свое дело. Одним из них стал Геннадий Владимирович Ерофеев, который перевел свое увлечение на бизнес-уровень и создал мастерскую по изготовлению деревянных игрушек [7].

Благодатной средой для выбора героев подобной рубрики являются люди искусства – актеры, музыканты, поскольку многие из них – люди публичные и способны грамотно и творчески подходить к формулировке своих ответов на вопросы корреспондента. Так, например, уроженка Минусинска Юлия Вербицкая, ныне проживающая в Италии, рассказала о том, как ей удалось воплотить свою мечту в жизнь и стать восходящей звездой среди зарубежных скрипачей. Одним из показателей своего успеха Юлия считает то, что ей посчастливилось играть на скрипке, чей возраст составляет 265 лет [8].

В 2015 году гостями рубрики чаще всего становились учителя. Это, на наш взгляд, обусловлено тем, что каждый год в системе образования вводятся различные новшества, о которых хотят знать и читатели. Педагоги представляли разные направления образовательной деятельности (русский язык и литература, физическая культура, труд и др.) В результате, аудитория из их интервью могла получить представление о специфике работы представителей местных школ и колледжа. Так, например, Л.Л.Бронникова пояснила некоторые правила сдачи ЕГЭ по русскому языку, основные методы подготовки к экзамену. Не обошлось и без обсуждения такой проблемы, как малограмотность юного поколения [9].

Журналисты редакции в разговоре с нами рассказали, что героев в рубрику «Встречи по четвергам» находят по-разному. Специального рецепта по выбору гостя не существует. Чаще всего обращение к конкретному человеку – это задание редакции, отклик на телефонный звонок или письмо. «Было так, что приехали к одному человеку на виноградник – заснять, а к нему приходит его знакомый с интересными мыслями. Записываешь его координаты, а потом, можешь через год или через два, но ты вернешься к этому человеку и сделаешь с ним интервью» [5]. Иногда в поисках интересного человека журналисты обращаются в отделы кадров предприятий и организаций г.Минусинска. Благодаря такому неформальному подходу гостями рубрики становятся люди интересных и даже уникальных профессий: В.Д.Егоров – пилот первого класса транспортной авиации, В.М.Солдатов – инженер кинотеатра «Россия», С.А.Петрушин – космобиоэнергетик.

Поводом для выбора того или иного героя нередко становится общественная проблема, торжественная дата, государственный праздник. Но журналисты, используя в качестве повода «красный день календаря», стараются творчески подходить к поиску героев на праздничный номер. Так, например, гостями рубрики на 8 Марта стала супружеская пара – Ольга и Александр Ларько, которые родились в этот праздничный день.

Но в большинстве случаев (25 выпусков из 41) выбор героя не был связан с каким-либо знаковым событием или торжественной датой. Можно сделать вывод, что журналисты привлекают людей «из народа», которые встречаются им случайно, либо находят их по рекомендации «проверенных источников», ориентируясь, в первую очередь, на индивидуальность самой личности, таланты, достижения и своеобразную «изюминку».

Цель рубрики «Встречи по четвергам» журналисты «Власти Труда» определяют следующим образом: не только как шанс показать интересную личность, но и как возможность через показ людей разных профессий, увлечений, социального статуса дать ответы на жизненно важные вопросы, помочь аудитории лучше ориентироваться в мире, повлиять на самосознание своих читателей, заставить их задуматься над теми или иными темами [5].

Мы считаем, что рубрика «Встреча по четвергам» является залогом успеха и средством выживания газеты «Власть труда», так как удерживает читателей, удовлетворяя их информационные потребности. Анализ публикаций позволяет сделать вывод о наличии у журналистов газеты искреннего интереса к своим героям, что подтверждает сохранение газетой своих гуманистических традиций. Через такие портретные материалы формируются аксиологические (ценностные) ориентиры и установки у читателей, что, в свою очередь, является выполнением основной функции местной городской газеты.

Литература

1. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития: учеб. пособие. СПб., 2011. 130 с.
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов. 8-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2011. 351 с.
3. Лозовский Б.Н. Журналистика: краткий словарь. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. 116 с.
4. Зеленцов М.В. Городские медиа: условия функционирования // Вопросы теории и практики журналистики, 2015. Т. 4. № 3. С. 262-272.
5. Из беседы автора с Еленой Николаевной Вернер, заместителем главного редактора газеты «Власть Труда», работающей в редакции с 1998 года, записанной 9.10.2015 г. в г. Минусинске.
6. Новикова О.С. Война кончилась. Победа! // Власть труда, 2015, 7 мая.
7. Беляева Т.С. Труд ремесленника тяжелый, но благодарный // Власть труда, 2015, 11 июня.
8. Вернер Е.Н. В музыке все и обо всем! // Власть труда, 2015, 10 сент.
9. Беляева Т.С. ЕГЭ можно сдать, если поставить цель // Власть труда, 2015, 28 мая.